



Comunicación digital y modelos de ciudadanía en las orillas del Estrecho

Víctor Marí Sáez

Lucía Benítez Eyzaguirre

En el actual contexto de la *Era de la Información* (Castells, 1997, 2009), lo “digital” polariza la atención, en detrimento de las otras dos dimensiones incluidas en el título de este trabajo: la comunicación y la ciudadanía. Esta inercia termina por generar la sensación de que se abre un nuevo periodo, en lo tecnológico, que va acompañado de nuevas formas de comunicar y de nuevos modos de ejercer la ciudadanía. Pero, como señala Armand Mattelart, los cambios tecnológicos que se vienen sucediendo en Occidente desde la invención del telégrafo van acompañados de la apertura de la caja de Pandora de las utopías tecnocomunicativas y políticas que llegan gracias a los nuevos inventos. Por desgracia, las promesas de igualdad y bienestar asociadas a este discurso mítico no llegan a cumplirse en la realidad. El nuevo entorno digital sirve, con más frecuencia de la deseada, para que se reproduzcan viejos estilos y viejos modelos de comunicación, así como unos modelos y prácticas de relación con la ciudadanía que continúan relegándola a un papel secundario y dependiente.

De las muchas vertientes del tema, nos interesa en este trabajo reflexionar sobre los dos elementos que quedan arrinconados ante el deslumbramiento que generan la digitalidad y lo tecnológico. Queremos, en nuestra reflexión, pensar sobre los procesos de comunicación y sobre los modelos ciudadanía que, a ambas orillas del Estrecho, acompañan a los procesos de extensión del uso de Internet y de las tecnologías digitales.

Para ello, comenzamos por explorar los imaginarios asociados a las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC).

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN (TIC). IMAGINARIOS, MITOS Y PROYECTOS DE SOCIEDAD

En las Ciencias Sociales hemos asistido a un progresivo protagonismo de la exploración de los imaginarios sociales y de su papel en las construcciones teóricas. *La institución imaginaria de la sociedad*, de Cornelius Castoriadis (1983), es un jalón imprescindible en este reconocimiento del papel central del imaginario social en la comprensión de las sociedades modernas. Para este autor, lo imaginario puede tener

una doble vertiente: puede verse alimentado por el horizonte dominador del desarrollo capitalista o, por el contrario, puede alimentarse desde una perspectiva autónoma, con el fin de liberar nuevos significados.

George Lakoff y Mark Johnson (1980) sugieren que la mayor parte de nuestro sistema conceptual ordinario es de naturaleza metafórica, por lo que se hace necesario, en el análisis, apelar a una racionalidad de carácter imaginativo. La dimensión racional del pensamiento científico no consigue desvelarnos toda la realidad; es entonces cuando la mirada metafórica nos permite imaginar otros futuros posibles a partir de lo que está ya de un modo incipiente en la realidad.

Las tecnologías de la información son artefactos social e históricamente contruidos. Como sugiere Langdon Winner (1987), planteamos que las tecnologías tienen una vertiente política, debido a que éstas deber ser analizadas no sólo por sus contribuciones sociales, políticas o económicas, sino también por el modo en que encarnan ciertas formas de poder y autoridad.

En *Lo imaginario de Internet* (2003), Patrice Flichy plantea que lo imaginario está en el centro de la concepción y de los usos de Internet, y no como una dimensión periférica ni aséptica, sino que influye decisivamente en los diseños y prácticas tecnológicas. Para él, la dimensión imaginaria de las técnicas tiene siempre dos funciones: construir la identidad social y suministrar recursos que puedan ser reinvertidos directamente en proyectos. En nuestros días, el imaginario dominante está siendo construido desde los intereses de las fuerzas económico-políticas que protagonizan y dirigen el proceso de globalización capitalista.

Sobre el análisis del imaginario de Internet –los mitos en torno a los mundos posibles que ofrece esta herramienta–, la Economía Política está siempre presente como subtexto, en referencia a la cultura. En torno a los ordenadores y a Internet hay un folclore (Roszak), unas fantasías de poder y bienestar que han crecido alrededor de la máquina. Estos mitos de Internet, contruidos y difundidos por parte de las empresas de telecomunicaciones, medios de comunicación y gobiernos, necesitan ser analizados críticamente.

Como ya apuntara Roland Barthes en *Mitologías* (1980), los mitos son mecanismos mediante los cuales las representaciones ideológicas llegan a ser aceptadas como de sentido común. Estas construcciones, al *naturalizar* la realidad, la vacían de su componente histórico y político. Conectan, de este modo, con el pensamiento tecnocrático y gerencialista de autores como Daniel Bell, en la década de los sesenta del siglo XX, y Francis Fukuyama, en los ochenta y noventa, que vienen anunciando la muerte de la historia y de la política, así como el éxito irreversible del capitalismo. Del mito de la tecnología se pasa, así, al mito del sistema social.

CIUDAD, CIUDADANÍA Y TIC

Los procesos de globalización intensiva que se vienen produciendo desde el último tercio del siglo XX afectan decisivamente a la configuración de lo local. La *gloca-*

lización (Robertson, 1995) dibuja un escenario en el que lo local se ve afectado por unas dinámicas globales de flujo y concentración en las que juegan un papel decisivo las redes de telecomunicaciones. Lo novedoso del proceso actual es la intensidad, complejidad y el alcance global de estas redes, así como su utilización y apropiación por parte de amplios sectores de la sociedad civil que en otros periodos históricos habían quedado excluidos de los usos tecnológicos.

Jordi Borja y Manuel Castells (1997) defienden la necesidad de articular las lógicas propias del *espacio de los flujos* con las correspondientes lógicas de los *espacios de los lugares*. Esto es, acceder a los circuitos de acumulación del capital, integración de mercados, de reorganización de la producción industrial (espacio de los flujos) a la vez que se proyectan las nuevas formas territoriales de organizar la cotidianeidad y la experiencia de los ciudadanos (espacio de los lugares).

Las reconfiguraciones que tienen lugar en la esfera económica y en la esfera tecnológica afectan, en el plano político, a la cuestión de la *gobernabilidad* que, además de la eficacia administrativa y la capacidad para la gerencia del Estado, incorpora otras variables, como la interacción estatal con la sociedad civil y con el mercado. En este contexto, las tecnologías de la información y de la comunicación se presentan como herramientas (no exploradas suficientemente) de gobernabilidad, desarrollo socioeconómico y cultural, así como de construcción de nuevos modelos de ciudadanía solidaria y participativa. Términos como *redes ciudadanas*, *gobierno electrónico*, *ciudades digitales*, remiten a nuevas formas de interacción entre ciudadanos y gobernantes locales, a nuevas concepciones de la política urbana, utilizando medios electrónicos.

Los usos ciudadanos de las tecnologías de la información –las organizaciones solidarias están siendo altamente innovadoras–, a diferencia de otros procesos tecnológicos de los que se vieron excluidas, o ante los que manifestaron posturas tecnofóbicas, el nacimiento de Internet tiene, entre sus múltiples “paternidades”, a los movimientos sociales. Estos se constituyen, hoy, como uno de los grupos que más y mejor están aprovechando el potencial de las tecnologías de la información para anticipar modos de relación y de participación social basados en la descentralización y en la horizontalidad (ALAI, 2001; Atton, 2002; Downing, 2001; Rodríguez, 2001; Sampedro, 2006). Son ellos quienes han visibilizado más y mejor el prometedor futuro de las TIC en la gestión y mejora del gobierno local con participación ciudadana.

CAPITAL SOCIAL, CAPITAL INFORMACIONAL Y TIC

Convertido en un lugar de paso necesario a la hora de abordar estas temáticas, el *capital social* da la impresión, desde los primeros momentos, de ser un concepto camaleónico. Lo encontramos en discursos y escenarios de lo más diverso. El caso es que se ha convertido, como apuntamos, en un lugar común para hablar, hoy, de la importancia de los vínculos y de las redes sociales.

A la hora de problematizar el concepto de capital social, Stephen Smith y Jessica Kulinich (2002) siembran dudas sobre los beneficios de pensar lo social en relación con el concepto de capital, esto es: abrir las puertas de la reflexión teórica para que entren determinados conceptos del pensamiento económico capitalista. Las resistencias al uso indiscriminado del término *capital social* vienen motivadas, principalmente, porque lleva a aceptar como naturales e inevitables las relaciones sociales, políticas y económicas que caracterizan al capitalismo, y a minimizar las referencias a los contextos históricos en los que se desenvuelven estas relaciones. En este mismo sentido, Viçens Navarro (2002) observa la omisión del contexto social en los usos habituales del concepto, así como la sustitución de términos como *clase*, *raza* y *género* por *capital social*.

La evaporación de la historia se introduce en el campo del conocimiento, omitiendo la necesaria tarea de reconstruir la genealogía de los conceptos desde los cuales se piensa la realidad. Aunque en los orígenes del concepto de *capital social* se encuentran, entre otros, teóricos de la talla de Pierre Bourdieu (1980), no será hasta la llegada de Robert Putnam (1995, 2000) cuando el término se popularice en los discursos sociales. Para el sociólogo francés, el concepto de capital social aparece estrechamente unido a otro término de amplias resonancias en su producción científica como es el concepto de *campo*. El capital social se apoya en una concepción del espacio social entendido como un espacio multidimensional, unión abierta de campos relativamente autónomos, es decir, más o menos abiertos y subordinados en su funcionamiento, en sus transformaciones sociales, al campo de la producción económica. Por otra parte, desde el enfoque de capital social de carácter comunitarista, cuyo máximo representante es Robert Putnam, la comunidad es vista como el agente que promueve el desarrollo armónico de las organizaciones y de la sociedad, como un catalizador normativo y organizacional que sirve para revitalizar la democracia.

El capital social, desde esta perspectiva, es entendido como la confianza y las normas de reciprocidad que surgen de las conexiones entre los individuos y las redes sociales, aspectos que permiten construir comunidades y generar sentimientos identitarios.

CAPITAL INFORMACIONAL Y APROPIACIÓN TECNOLÓGICA

En la literatura académica sobre la relación entre capital social y uso de las TIC asistimos a una especie de actualización de los viejos debates de Umberto Eco en torno a la disyuntiva entre *apocalípticos* e *integrados*. El uso intensivo de las TIC, ¿une o separa más? ¿Invita a la participación social o aísla a los individuos en burbujas de cristal? ¿Sirve para el cambio social o perpetúa el statu quo? En un trabajo anterior (Marí, 2005) hemos planteado la posibilidad de que Internet sirva para *enredarse* (para la construcción de redes orientadas al cambio social) o para *liarse* (para la fragmentación social y la dispersión respecto a las estrategias de cambio).

Anabel Quan-Haase y Barry Wellman (2004) se preguntan si el uso de Internet incrementa, disminuye o complementa el capital social existente. Sus investigaciones

empíricas indican que el uso de Internet complementa el capital en red, extendiendo los niveles existentes en el cara a cara o en el contacto telefónico. Para ellos, las personas que más utilizan Internet y que realizan actividades políticas *online* son, a su vez, quienes más están comprometidos en organizaciones y actividades políticas *offline*. A similares conclusiones llegan Fabien Granjon y Benoit Lelog (2006), para quienes las TIC, en relación con el capital social, son un estrato sociotécnico complementario, que permite mantener las relaciones sociales ya existentes en los diversos espacios sociales.

Se puede hablar de diversos niveles de complejidad a la hora de analizar el proceso de apropiación de las TIC. Para ello, un concepto fundamental es el de *capital informacional* (Hamelink, 1999, 2000). Éste comprende “la capacidad financiera para pagar la utilización de redes electrónicas y servicios de información, la habilidad técnica para manejar las infraestructuras de estas redes, la capacidad intelectual para filtrar y evaluar la información, como también la motivación activa para buscar información, y la habilidad para aplicar la información a situaciones sociales” (Hamelink, 2000: 91). A partir de esta definición, se pueden establecer distintos niveles de apropiación de las TIC:

1. En el acceso a las infraestructuras necesarias (energía eléctrica, líneas telefónicas, ordenadores, software) que aún no es una realidad cotidiana para millones de personas del planeta.
2. En la formación necesaria para manejar los equipos y los programas informáticos como nivel instrumental de la formación tecnológica.
3. El tercer nivel de la apropiación tecnológica, permite:
 - a. el acceso a las TIC en un marco de reflexión y actuación más amplio relacionado con los procesos de cambio social, verdadero eje vertebrador de las políticas de comunicación de los movimientos sociales.
 - b. las posibilidades que ofrecen las tecnologías de la información para el trabajo en red, en tanto que modelos organizativos de los movimientos sociales. Se produce un mayor aprovechamiento de las TIC cuando las organizaciones sociales cuentan con modelos de organización en red: horizontales, participativos, flexibles.
 - c. herramientas e impulsar dinámicas de trabajo que se adapten a las necesidades y a los estilos de los movimientos sociales, y no a la inversa. En este último nivel del capital informacional se sitúan las prácticas más innovadoras de los movimientos sociales como la construcción del conocimiento colectivo mediante las tecnologías digitales.

TIC, PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y MODELOS DE MEDIACIÓN SOCIOPOLÍTICA

La mediación y uso de las TIC en la participación política y ciudadana muestra diversos modelos que han analizado Francisco Sierra y Tomás Rodríguez-Villasante en el estudio de la vertiente comunicativa de los presupuestos participativos imple-

mentados en Sevilla. Desde un punto de vista crítico, establecen tres tipos centrales de modelos políticos que se resumen de la siguiente forma.

1. Modelo populista: Surge de una concepción paternalista de la política y de los niveles de acceso, que se caracteriza por el bajo nivel de participación autónoma y activa de las entidades sociales.
2. Modelo tecnocrático: El diseño de los niveles de participación y del proceso por parte de expertos se realiza a menudo como un proceso de modernización, en el que se construye un sistema de poder. Se caracteriza por el gobierno de los tecnólogos y de los ingenieros sociales de la comunicación
3. Modelo ciudadano: este modelo de empoderamiento cuenta con el liderazgo activo de las organizaciones sociales y, por tanto, es un proyecto político-ideológico de la transformación y de las posibilidades tecnológicas de impulsar el cambio social.

Por otro lado, la experiencia de las elecciones norteamericanas de 2008 se ha convertido en valiosa para comprender los cambios participativos y comunicacionales surgidos a partir de una experiencia masiva de vinculación a través de redes sociales. La práctica sitúa este caso como un ejemplo de la construcción por parte de las redes de un nuevo entorno comunicativo-tecnológico desde el que reformular el vínculo con el ciudadano, con el votante. El peso de la experiencia reside en los elevados datos de participación que se registraron en la campaña política de Obama para la presidencia y en la que se generó un flujo comunicativo sin precedentes con más de dos millones de SMS diarios, más de un millón y medio de direcciones de correo electrónico facilitadas por los simpatizantes y unas cincuenta mil entradas de blog. Los fenómenos más significativos que acompañaron al proceso se centraron en las redes sociales, cuya presencia hasta entonces se había vivido como incipiente, pero que fueron capaces de generar unos cien mil perfiles de usuario y dos millones y medio de partidarios en Facebook. Todo ello constituía la trama social del eslogan de la campaña “Yes, we can” que se apoyó en un vídeo del mismo título, posteados dos veces, y que fue visto diez millones de veces. La posibilidad tecnológica que ha abierto la Web 2.0, constituye la tendencia de la Política 2.0, sobre la que se abre la reflexión de la innovación política y la emergencia de las redes sociales en la vida política.

LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y LOS USOS DE INTERNET EN EL ESPACIO LOCAL

EL PAPEL DE LAS METODOLOGÍAS CUALITATIVAS Y PARTICIPATIVAS EN LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN

Jensen y Jankowsky (1993) apuntaban hace más de quince años hacia la rearticulación de la investigación en comunicación de masas en favor de las metodologías cualitativas. Concretaban, en la investigación comunicológica, la tendencia dirigida a

recuperar para la investigación académica saberes, enfoques, metodologías y técnicas que habían sido marginadas o minusvaloradas en los enfoques tradicionales.

Como señala Martín Barbero en *Oficio de Cartógrafo* (2002), la creciente tendencia al autismo tecnicista y a la hegemonía gerencial parece estar adueñándose de los estudios en comunicación. Ninguna de estas dos tendencias –ni el enfoque tecnocéntrico ni el predominio de las investigaciones gerenciales y mercantiles– son especialmente sensibles a preocuparse por elementos vinculados a la perspectiva cualitativa: la dimensión cultural, simbólica, o el sentido de la comunicación.

Las tensiones del mercado y los modelos comunicativos heredados presionan en una dirección contraria a las investigaciones preocupadas por explorar el sentido y los puntos de vista alternativos a los dominantes. En este sentido, nuestra elección preferencial hacia el enfoque cualitativo de investigación guarda relación, en primer lugar, con el objeto de estudio que nos hemos propuesto analizar.

El peso específico del enfoque cualitativo en el diseño de nuestra investigación no supone, en ningún momento, la renuncia a la utilización de técnicas cuantitativas. Recurrimos a la triangulación de métodos y técnicas de investigación como un camino recomendable en Ciencias Sociales para asegurar, en el análisis de un fenómeno social, un mayor grado de comprensión del mismo y un mayor nivel de validación de los resultados.

SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN EN JEREZ DE LA FRONTERA

A la hora de hacer referencia a los proyectos puestos en marcha por el Ayuntamiento de Jerez de la Frontera para el impulso de la Sociedad de la Información, tendríamos que remitirnos al diseño del Plan Estratégico de la ciudad para el periodo 2004-2010, como el antecedente más recientemente diseñado con cierto grado de sistematización. Jerez no entra en el proyecto de *Ciudades Digitales*, pero sí consigue diseñar algunas líneas de actuación en el campo de la Sociedad de la Información dentro del Plan de Desarrollo de la Ciudad. En relación con nuestra materia, las aportaciones de este Plan han consistido en incluir, en algunos programas, proyectos vinculados a las TIC, para la localización de empresas tecnológicas, para el intercambio de información y formación y, especialmente, el programa orientado a hacer de Jerez un municipio más sostenible y habitable, en todos los sentidos, incluido el comunicativo y tecnológico.

Con todo, se echa en falta en el Plan Estratégico de Jerez una mayor articulación de las medidas propuestas para el impulso de la Sociedad de la Información, especialmente si tenemos en cuenta que la fecha de elaboración de este plan coincide con la puesta en marcha, en otras ciudades españolas de similares características, de programas integrales como el de *Ciudades Digitales*.

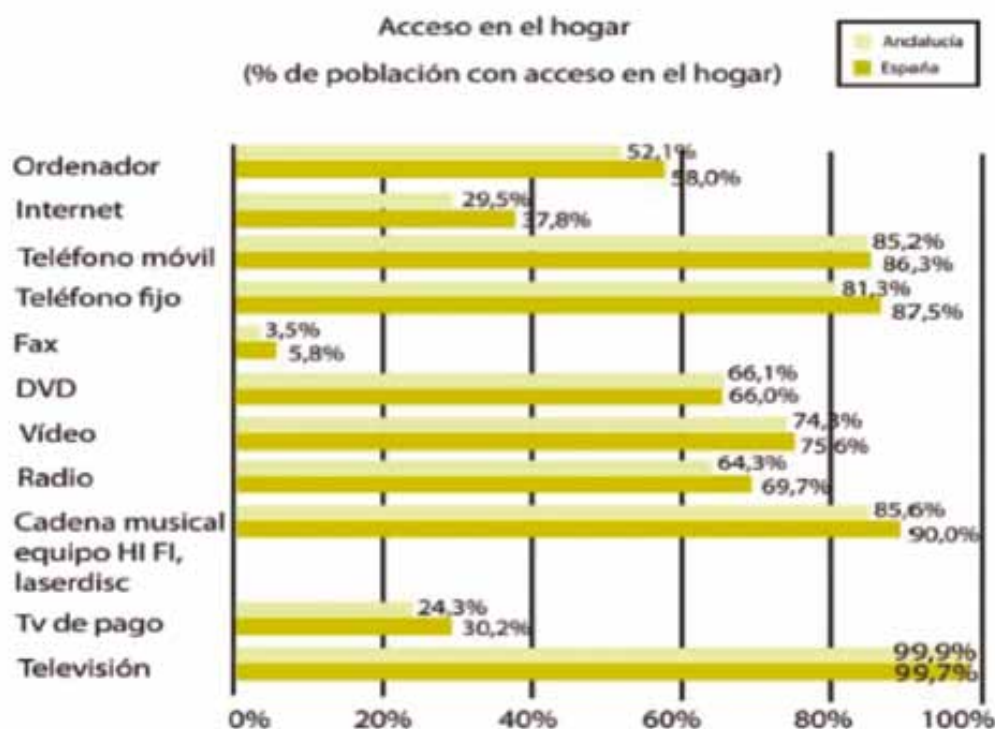
Los datos relativos al mercado de las telecomunicaciones se consideran de especial relevancia a la hora de analizar la evolución socioeconómica de un determinado

territorio, puesto que vienen siendo utilizados en los últimos años como indicadores del nivel de desarrollo económico, social y tecnológico de dicho territorio (*Jerez: Economía y Sociedad*, 2008: 115). Sin embargo, después de este reconocimiento de la importancia de este análisis del sector de las telecomunicaciones, vemos que el Plan sólo dedica una página, de las 197 de las que consta, a esta cuestión. Las únicas referencias que encontramos en los estudios del Consejo Económico y Social de Jerez remiten al dato de las líneas telefónicas convencionales y digitales de la ciudad. Así, se indica el aumento del volumen de líneas de teléfono fijas en Jerez en los últimos diez años tanto en términos absolutos (+ 20.046 líneas) como relativos (suponen el 18,2 % del total provincial). En cuanto a las líneas ADSL se observa un sostenido crecimiento en la ciudad, para llegar a situarse en las 14.255 líneas operativas en el año 2007, cifra que representa el 14,9% del total de líneas ADSL de la provincia de Cádiz. Por otra parte, en el *Estudio Social de Jerez de la Frontera 2006* hemos podido compensar los déficit de información sobre el sector de las telecomunicaciones en la ciudad. Según este estudio, el 59,6% de los hogares jerezanos cuenta con un ordenador fijo, el 14,2% con un ordenador portátil, y el 43,7% dispone de conexión a Internet. Para el mismo periodo temporal en el que se elaboró este estudio (2006), se observa que a escala nacional el número de conexiones a Internet es algo menor (36%), al igual que el porcentaje de hogares con ordenador (52%), mientras el de portátiles es ligeramente superior (16,4%) al de los hogares de Jerez.

Asimismo a nivel nacional, y según la “Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares. Año 2010”, los datos son equivalentes: el 57,4% de los hogares españoles dispone de conexión de banda ancha a Internet, un 11,6% más que en 2009; el número de internautas crece un 7,1% en el último año y supera los 22,2 millones de personas, y el 17,4% de la población utiliza el comercio electrónico. La comparación con los datos de Andalucía del estudio “La brecha digital en Andalucía” muestra unos resultados de incorporación a las nuevas tecnologías más reducidos, en una proporción que no resulta significativa y que se muestra en la gráfica reproducida a continuación.

Observamos, en términos generales, que la imagen resultante del internauta de Jerez no difiere, en lo sustancial, de los datos que se tienen a nivel regional o nacional. Hay una brecha digital que se concentra en las personas de mayor edad, en las personas procedentes de la clase obrera, en quienes viven en zonas rurales y en los que tienen estudios básicos o incluso carecen de ellos.

Parece que se han acabado por imponer las necesidades más urgentes y básicas que le surgen a la ciudadanía de Jerez en relación con los usos sociales de Internet. Lo primero es acceder a la red, solventar las barreras socioeconómicas y culturales que impiden a un gran porcentaje de la población estar en el mundo digital. Sin este acceso, no es posible plantearse el salto a las etapas superiores del *capital informacional*. Pero éste énfasis en las cuestiones vinculadas al acceso también se puede interpretar como una presencia significativa, en el grupo que realiza el diagnóstico, de un



Fuente: La Brecha Digital en Andalucía, página 8.

imaginario sobre los usos sociales de Internet en el que priman estas cuestiones, por encima de otras visiones de Internet más orientadas a la construcción colectiva del conocimiento, al cambio social o a la modernización administrativa.

La evaluación de la apropiación de Internet por parte del Ayuntamiento de Jerez (JESYTEL) muestra que el desarrollo y la incorporación tecnológica está liderada por las áreas de gestión municipal recaudatorias, lo que pone de manifiesto una visión de la tecnología dirigida a la modernización administrativa y desde el uso del control ciudadano. Ello, junto a la dependencia del software propietario, permite diagnosticar un hecho, la escasa participación, confirmada en el análisis de los usos, los cuales, a excepción del área de empleo, son prácticamente nulos. Ello deja ver que la voluntad política de participación ciudadana es restrictiva.

A pesar de todo, se ha conseguido introducir una iniciativa relacionada con los presupuestos participativos, una práctica política que sí se podría situar en los escalones superiores de la apropiación ciudadana de Internet. Las medidas que no han entrado en la selección son las que pertenecen al apartado de servicios municipales y de modernización administrativa. Se puede interpretar esta ausencia como una llamada de atención a la ciudadanía jerezana a los técnicos municipales y a los políticos para que aseguren la universalización de Internet, con el fin de evitar que sea únicamen-

te un grupo reducido de ciudadanos quien adopte las iniciativas de modernización administrativa. Del mismo modo, el Tercer Sector de Jerez insta a involucrarse en procesos que lleven a superar la brecha digital y que, de camino, permitan acercar a la población jerezana sus prácticas ciudadanas y sociales de Internet. Es posible que algunas de sus iniciativas estén en los escalones superiores de la alfabetización digital, pero hace falta una dosis importante de pedagogía política y tecnológica para que estas prácticas sociales e innovadoras de Internet salgan de los círculos cerrados de aquellas personas que ya pertenecen a asociaciones y a movimientos sociales, y alcancen así al conjunto de la ciudadanía.

COMUNICACIÓN DIGITAL Y MODELOS DE CIUDADANÍA EN LAS ORILLAS DEL ESTRECHO

Para el análisis conjunto de los aspectos relacionados con la comunicación digital y los modelos de ciudadanía es necesario, como hemos visto, partir de los valores señalados como oportunidad (en relación al porcentaje de población con acceso a la telefonía móvil, las tarifas de este servicio y del acceso a Internet en función del ingreso per cápita), infraestructura (determinada por la proporción de hogares con telefonía fija, con ordenadores y con acceso a Internet, así como del número de personas que están suscritos a estos servicios por cada 100 habitantes) y su utilización (como personas que utilizan Internet, los suscriptores al servicio telefónico en fijo y en móvil).

Aunque el espectacular desarrollo tecnológico permite en la actualidad otro modelo comunicativo, la ausencia de iniciativas civiles, la escasa formación en tecnologías y el control gubernamental con que se viven en Marruecos han retrasado su implantación y la capacidad para ofrecer alternativas. A esto hay que añadir que, como en otras desigualdades planetarias, hay zonas del país con dificultades para el acceso, así como también para la difusión de mensajes. A pesar de ello, Internet presenta unas cifras altas, sobre todo a la vista de su coste. La comparación de las tarifas más bajas (calculadas según el porcentaje del PIB per cápita mensual por 20 horas de conexión) supone un coste de 20,5 dólares, frente a los 5,6 de Túnez y las cifras de países europeos mucho menos costosas (España, 1,8; Francia, 0,5; Italia, 1,1). A pesar de ello, el número de usuarios por mil habitantes es de 198, frente a 127 de Túnez, o los 423 de España y los 491 de Francia e Italia.

La brecha Norte-Sur también se visualiza en el *Networked Readiness Index*, índice utilizado en el *Global Information Technology Report 2007-2008* del *World Economic Forum*, que mide el grado de preparación y capacidad de una nación para participar y beneficiarse de los avances y desarrollos de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC). Aquí Marruecos se sitúa en la mitad del ranking de un total de 127 países (74), por delante de sus vecinos magrebíes Mauritania, Argelia y Libia, pero a una distancia considerable de Túnez (35) que incluso se acerca bastante a las posiciones de España (31), Portugal (28) y Francia (21) (World Economic Forum,

ACCESO A LAS TELECOMUNICACIONES (Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de UNESCO (2010: 314-317).

Países		Marruecos	Túnez	España	Francia	Italia	EEUU		
Radio	% hogares con radio	79	77	88	99		
Televisión	% de hogares con aparato de TV	78	92	99	97	96	99		
	% de hogares con cable o satélite	30,3	46,8	8,3	40	21,9	80,1		
Computadora personal	por 1.000 habitantes	24	56	277	574	366	754		
	% cambio anual medio	15	20,9	9,7	13,6	15,5	7,5		
Internet	Usuarios por 1.000 habitantes	198	127	423	491	491	687		
	Banda ancha (% de abonados)	97,8	11,7	92,6	83,3	38,5	44,7		
	% del PIB per cápita mensual por 20 horas de uso (tarifa más barata)	20,5	5,6	1,8	0,5	1,1	0,4		
Teléfono	Líneas fijas	Abonados por 1.000 habitantes	41	124	419	553	427	568	
		% cambio anual medio	0,1	2,6	-0,5	-0,7	-2,5	-3,1	
		Costo llamada local 3 minutos (hora punta - EE.UU.)	0,15	0,02	0,13	0,2	0,08	0	
	Móviles	Abonados por 1.000 habitantes	519	718	1052	842	1219	769	
		% cambio anual medio	26	78	8	6	8	12	
		Costo llamada local 3 minutos (hora punta - EE.UU.)	0,51	0,34	0,79	1,68	0,04	1,35	
		Proporción teléfonos móviles/fijos	12,64	5,79	2,51	1,52	2,85	1,35	
		Tráfico internacional	Minutos de llamadas recibidas por persona	58,8	58,7	64,8	115	130,5	62,4
			Minutos de llamadas efectuadas por persona	5,5	24,4	54,6	67,5	61,3	233,7

2008). A pesar del aumento del gasto público en I+D desde el 0,4% del PBI en 2000 al 0,79% en 2003, la cifra es claramente insuficiente si lo comparamos con la inversión media de los países de la OCDE, que alcanza el 2,2% del PIB a partir del año 2000 (España 1,1%, Francia 2,2%) (PNUD, 2000-2005).

Otra de las conexiones externas de los marroquíes, junto con las parabólicas, es a través de móvil. La proporción de teléfonos móviles respecto a los fijos (12,64) es la más alta de la selección de países de la comparativa, es más, duplica sobradamente la segunda tasa más alta (5,79, de Túnez), así como también a las de España (2,51) y Francia (1,52). Lacomba (2004b: 185) ha detectado que la población en Marruecos cada vez está más conectada hacia el exterior y siente más interés por lo que sucede alrededor. Las parabólicas y los teléfonos móviles se han incorporado a las pequeñas aldeas, mientras que en las ciudades se registran más transformaciones sociales.

LA POLÍTICA COMUNICATIVA MARROQUÍ

En Marruecos, el régimen político está definido como una monarquía constitucional que de manera formal garantiza derechos ciudadanos y libertades públicas como la opinión y la libre expresión. Las reformas, las decisiones administrativas y las imprecisiones jurídicas han dejado sin valor la mayoría de los derechos. Así, los medios de comunicación marroquíes responden al patrón característico de los países árabes: la subordinación al Estado, la preponderancia de la información política y las deficiencias formativas. Para Nawar (2003: 66), esto repercute en la ciudadanía, porque rebaja los estándares profesionales y éticos, pero también porque los medios actúan de portavoces de los clanes dominantes.

La propuesta de solución pasa por la libertad de expresión, la formación profesional y una política comunicativa hacia las necesidades sociales (Abu Warda, 2000), son los elementos que muestran una rigidez estructural del sistema de medios así como la estela del pasado colonial. Sin embargo, Castells (2009: 133) muestra la posición de Jocelyn Cullity quien, tras el análisis del caso indio, generaliza como una tendencia novedosa la forma de nacionalismo cultural que se apoya en la indigenización activa y consciente de los medios globales.

La última reforma legal sobre la prensa, la ley de 2002, parece muy alejada de la apertura que se esperaba bajo la presión internacional modernizadora. Las restricciones más severas a la libertad de expresión se imponen ahora especialmente para los ámbitos de la monarquía, el Estado, el Islam y la unidad territorial. Este código de prensa redujo las penas por difamación del rey o de su familia, establecidas de 5 a 20 años, a las actuales de 3 a 5 años; además, la censura se practica por parte del Gobierno, que puede prohibir una publicación si atenta contra la religión, la unidad territorial o el Estado, así como contra la monarquía. La censura se practica con intervención judicial, para superar la arbitrariedad de los actos administrativos. Todo esto ha originado una serie de contradicciones y complejidades como las que

menciona Naji (2009: 35) cuando califica de “comportamiento torpe y nervioso, por no decir de pánico” el que muestran “las autoridades marroquíes y la clase política en general a la hora de reaccionar ante esta nueva prensa no partidista, sobre todo cuando aborda asuntos calificados de tabúes como, por ejemplo, la monarquía”.

En este contexto, es fácil entender que las referencias a cualquiera de esos tres campos pueden llevar a detenciones y encarcelamientos de periodistas, que son frecuentes. Reporteros Sin Fronteras, coincidiendo con las elecciones legislativas de septiembre de 2007, organizó en Casablanca una conferencia de prensa en la que publicó un comunicado contra la gestión de la libertad de expresión, dirigido al rey Mohamed VI.

Distintos barómetros confirman la falta de libertad de expresión en el país e incluso la misma tendencia dentro de otros países árabes y del Magreb. UNESCO (2010: 352-359) utiliza datos de 2004 de la Clasificación mundial de la libertad de prensa de Reporteros sin Fronteras (RSF), que se elabora a partir de cuestionarios sobre todo tipo de violaciones que afectan a los periodistas (desde la muerte al encarcelamiento, los ataques o las amenazas), con una valoración del 32,3 frente al dato más negativo de Túnez (48,1) mientras que en el Mediterráneo norte las cifras oscilan entre el 7,7 de Francia y el 8,4 de Italia. Los datos más recientes (2008) de Freedom House se han obtenido también a través de cuestionarios, y reflejan una situación similar: Marruecos se sitúa en el 64 y Túnez en el 81 (dentro del grupo de los países calificados como sin libertad de prensa), mientras que los valores europeos oscilan entre el 22 de Francia y el 29 de Italia (prensa libre).

LA RADIO Y LAS MUJERES, UNO DE LOS POCOS EJEMPLOS PARTICIPATIVOS

La creciente movilidad de la población marroquí que busca otro proyecto de vida fuera de las fronteras ha permitido experiencias mixtas de participación en radios comunitarias, en la mayor parte de los casos por la vía de plataformas españolas o internacionales conectadas con radios autóctonas y comunitarias de acción mundial. En este sentido, la experiencia de Radio Pueblo Nuevo muestra el uso de herramientas de comunicación de gestión comunitaria por parte de los marroquíes asentados en España, un colectivo que supone el quince por ciento de su audiencia. Otras iniciativas, como la de ACSUR-Las Segovias, promueven la integración comunicacional de las mujeres desde el empoderamiento y más allá de sus fronteras. El proyecto Mujeres de las Dos Orillas, que se desarrolla en España entre población inmigrante, trata de alcanzar una agenda común a través de talleres de radio comunitaria (de base multimedia, ya que esto ha logrado una importante reducción de costes en difusión, emisión y producción), así como de vídeo e Internet.

Resulta curioso que dentro del país sean los colectivos de mujeres —creados para luchar contra la opresión y conscientes de la necesidad de reformas políticas y sociales para su integración— los que se han convertido en un modelo transformador de ini-

ciativas novedosas. Gestionan la comunicación, aunque en su gran mayoría se apoyan en plataformas y movimientos internacionales o de otros países. El análisis transversal de género permite afirmar que los ejemplos de resistencia y activismo están liderados por mujeres –sobre quienes se ejerce mayor control social y tienen menos autonomía para la movilidad geográfica–, que han sabido construir alternativas sin un enfrentamiento abierto a las lógicas culturales de su tierra que las invisibilizan. En muchos casos, este empoderamiento que alcanzan dentro del movimiento feminista es la palanca hacia los derechos civiles, gracias en muchos casos a la independencia que ha logrado la mujer tras su experiencia migratoria.

En octubre de 2007, Rabat acogió la *Première Conférence d'AMARC Afrique - MENA* con el título *Radios communautaires en Afrique – Maghreb et Moyen Orient: Partage d'expériences pour le développement et la construction de la démocratie à la base*. Este encuentro de radios de Oriente y de África en Marruecos se apoya en proyectos para el acceso de la mujer a los derechos ciudadanos, así como en estrategias de marketing social para la difusión de programas de lucha contra el SIDA o para la mejora de la gestión agraria. La Conferencia, así como de los proyectos desarrollados, defiende los objetivos del milenio de la ONU: el impulso de la participación, la democratización de la sociedad civil y la resolución de las situaciones de conflicto. En este campo, la situación de Marruecos es común a la de otros países africanos –aunque hay iniciativas de movilización en el África subsahariana–, además de la que hemos comentado dentro de la esfera de los países árabes.

El informe de evaluación de este proyecto de la Asociación Mundial de las Radios Comunitarias, AMARC, (2003) destaca la escasa participación de los países africanos en estas iniciativas y la necesidad de difundirlas como motor de democratización y de desarrollo local, con el apoyo de los gobiernos y con independencia de la legislación de cada país, al igual que ocurre en otras regiones mundiales. También menciona que las dificultades para su implantación proceden, en la mayoría de los casos, de la independencia que defiende AMARC respecto a los gobiernos, los partidos o las religiones para el logro de su apropiamiento local, del desarrollo óptimo, de la sustentabilidad económica y de la igualdad. Su impulso tiene efectos positivos en la reducción de la pobreza, el desarrollo sostenible y el gobierno responsable.

Los ejemplos y los casos planteados muestran que la intervención de instituciones transnacionales o la participación fuera de las fronteras nacionales es lo único que permite, al menos de momento, avanzar hacia la toma de conciencia de colectivos sociales en su posición reivindicativa, con la excepción del papel de los tímidos y aislados movimientos feministas.

BIBLIOGRAFÍA

- “Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares. Año 2010”, Instituto Nacional de Estadística (INE).
- Agencia Latinoamericana de Información (ALAI), *Movimientos sociales en la Red*. Quito, Agencia Latinoamericana de Información, 2001.
- ATTON, C., *Alternative Media*. London, Sage, 2002.
- BARTHES, RONALD en *Mitologías* (1980), Madrid, Siglo XXI.
- BORJA, J. y CASTELLS, M., *Local y global*. Madrid, Taurus, 1997.
- BOURDIEU, P. “Le capital social. Notes provisoires”, *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 31 (1980), pp. 2-3.
- BUSTAMANTE, E. et. al., *Alternativas en los medios de comunicación digitales*. Barcelona, Gedisa, 2008.
- BUSTAMANTE, J., *Sociedad informatizada, ¿sociedad deshumanizada? Una visión crítica de la influencia de la tecnología sobre la sociedad en la era del computador*. Madrid, Gaia, 1993.
- CABRERA, D., *Lo tecnológico y lo imaginario. Las nuevas tecnologías como creencias y esperanzas colectivas*. Buenos Aires, Biblos, 2006.
- CASTORIADIS, CORNELIUS, *La institución imaginaria de la sociedad*, (1983), Barcelona, Tusquets.
- DOWNING, J., *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements*. London, Sage, 2001.
- ERRO, J., *El trabajo de comunicación de las ONG del País Vasco*. Bilbao, Hegoa, 2002.
- FINQUELIEVICH, S. (coord.), *Desarrollo local en la Sociedad de la Información. Municipios e Internet*. Buenos Aires, La Crujía, 2005.
- FLICHY, P., *Lo imaginario en Internet*. Madrid, Tecnos, 2003.
- FUKUYAMA, FRANCIS, *El fin de la historia y el último hombre*. Barcelona, Planeta. 1992.
- GRANJON, F. y LELOG, B. (2006), “Capital social, stratifications et technologies de l’information et de la communication. Une revue des travaux francais et anglo-saxons”, *Reseaux*, nº 129, pp. 147-181.
- GUTIÉRREZ MARTÍN, A., *Alfabetización digital. Algo más que ratones y teclas*. Barcelona, Gedisa, 2003.
- HAMELINK, C., “Language and the right to communicate”, *Media Development*, XLVI (1999), pp. 14-17.
- HAMELINK, C., *The Ethics of Cyberspace*. London, Sage, 2000.
- IBÁÑEZ, J., “Perspectivas en la investigación social: el diseño en la perspectiva estructural”, en [F. ALVIRA; J. IBÁÑEZ y M. GARCÍA FERRANDO (coords.)], *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid, Alianza, 1989.

- JENSEN, K.B. Y JANKOWSKI, N.K. (eds.), *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona. Bosch, 1993.
- KAPLÚN, M., *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid, Ediciones de la Torre, 1998.
- Lakoff, G. y Johnson, M., *Les métaphores dans la vie quotidienne*. Paris, Éditions de Minuit, 1980.
- MARÍ, V. M., *Globalización, nuevas tecnologías y comunicación*. Madrid, Ediciones de la Torre, 1999.
- MARÍ, 2005, "El deseo de enredarse y el peligro de liarse. Un audiagnóstico de los procesos de apropiación de Internet por parte de los movimientos sociales y de la ciudadanía activa", en Textos de la Cibernsiedad nº 9. Disponible en: <http://www.cibersociedad.net/textos/articulo.php?art=80>
- MARÍ, V. M., "Contra la evaporación de la dimensión política de la comunicación. Movimientos sociales, ONG y usos de Internet". ZER, 22 (2007) pp. 453-471.
- MARTÍN BARBERO en *Oficio de Cartógrafo* (2002), México, Fondo de Cultura Económica.
- MATTELART, A., *Historia de la utopía planetaria. De la ciudad profética a la sociedad global*. Barcelona, Paidós, 2000.
- MATTELART, A., *Historia de la Sociedad de la Información*. Barcelona, Paidós, 2002.
- MOSCO, V., *The Digital Sublime. Myth, Power and Cyberspace*. Cambridge, MIT Press, 2005.
- NERFIN, M., *Ni Príncipe ni Mercader, Ciudadano*. Lima, Socialismo y Participación, 1988.
- NAVARRO, V., "A critique of social capital". International Journal of Health Services, 32 (3)(2002), pp. 423-432.
- PUTNAM, R. (1995) *Sólo en la bolera*. Barcelona, Galaxia Gutemberg.
- PUTNAM, R., *Bowling Alone. The collapse and revival of American community*. New York, Simon and Schuster, 2000.
- QUAN-HAASE, A. y WELLMAN, B., "How Does the Internet affect social capital?" en [M. HUYSMAN y V. WULF (eds.)], *Social Capital and Information Technology*. Cambridge, MIT Press, 2004.
- ROBERTSON, 1995. *Globalization*. Social Theory and Global Culture. Sage, London.
- RODRÍGUEZ, C., *Fissures in the Mediascape: An International Study of Citizen Media*. New Jersey, Hampton Press, 2001.
- RODRÍGUEZ CARRIÓN, J. (coord.), *Estudio Social de Jerez de la Frontera*. Málaga. Grupo 33, 2007.
- ROSZAK, T., *El culto a la información: el folclore de los ordenadores y el verdadero arte de pensar*. Barcelona, Crítica, 1988.
- SAMPEDRO, VÍCTOR (2006) "Ciberactivismo: Estrategias de futuro en clave de presente (sin olvidar el pasado)" en VV.AA. *Manual de ciberguerrilla*, pp. 5-14. Barcelona, Virus.

- SASSEN, S., *Contrageografías de la globalización. Género y ciudadanía en los circuitos transfronterizos*. Madrid, Traficantes de Sueños, 2003.
- SIERRA, F., *Comunicación, Educación y Desarrollo. Apuntes para una historia de la Comunicación Educativa*. Sevilla, Comunicación Social Ediciones, 2002.
- SIERRA, F. *Políticas de Comunicación y de Educación. Crítica y desarrollo de la Sociedad del Conocimiento*. Barcelona, Gedisa, 2006.
- SIERRA, F. y RODRÍGUEZ-VILLASANTE, T. (es un power point lo que tengo, mejor quitarlo)
- STEFIK, M., *Internet Dreams: Archetypes, Myths and Metaphors*. Cambridge, MIT Press, 2002.
- SMITH, S. y KULINICH, J., "It may be social, but why is it capital? The social construction of social capital and the politics of language". *Politics&Society*, 30 (2002), pp. 149-186.
- TREJO, R., *La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet, la Red de Redes*. Madrid: Fundesco, 1996.
- WINNER, LANGDON (1987). *La ballena y el reactor*. Barcelona, Gedisa.
- AMARC (Junio 2007). *Resultados y perspectivas de la evaluación global de la radio comunitaria*. Volumen 11, núm. 2 [Documento en línea]. Disponible en: <http://win.amarc.org/index.php?p=amarclink_es_vol_11_no_2> [Con acceso el 28 de abril de 2008].
- AMARC. (2007). Première Conférence d'AMARC Afrique - MENA. [Documento en línea] Disponible en: <http://africa.amarc.org/index.php?p=AMARC_Afrique_MENA_Conference&l=FR> [Con acceso el 28 de abril de 2008].
- ABU WARDA, N. (2000). Los medios de comunicación árabes: Estructura y características. *Zer: Revista de estudios de comunicación*, Núm. 8, 2000 [Documento en línea] Disponible en: <<http://dialnet.unirioja.es/servlet/oaiart?codigo=826445>> [Con acceso el 27 de agosto de 2008].
- CASTELLS, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial. Trad. María Hernández Díaz.
- IDM. (2008), Informe del Desarrollo Mundial. [Documento en línea]. Disponible en: <http://siteresources.worldbank.org/INTWDR2009/Resources/WDR_OVERVIEW_ES_Web.pdf> [Con acceso el 15 de septiembre de 2009].
- IDM. (2009), Informe del Desarrollo Mundial. [Documento en línea]. Disponible en: <http://siteresources.worldbank.org/INTWDR2009/Resources/WDR_OVERVIEW_ES_Web.pdf> [Con acceso el 21 de septiembre de 2010].
- NAJI, J. E. (2009) Ambiciones y nuevas posturas de la prensa marroquí frente a los poderes políticos y económicos. En: Majdoubi, El Houssine; y Díaz Nosty, Bernardo (eds.), (2009), *El largo Estrecho. Le large Detroit*, (pp. 15-49). Barcelona:

- Icaria Editorial. Trad. del francés: Bianca Rutherford, El Houssine Majdoubi y Rachid Barhoune.
- NAWAR, I. (2003). Los medios de comunicación controlados por el estado han fallado a los árabes. *Med.2003*, (pp. 56-57).
- PNUD. (2009). *Informe sobre el Desarrollo Humano, 2009. Superando barreras: Movilidad y desarrollo humanos*. Madrid: Mundi-Prensa.
- UNESCO. (2010). *Invertir en diversidad cultural*. París: Unesco.



Comunicación y migración: ejes de desarrollo en el Estrecho

LUCÍA BENÍTEZ EYZAGUIRRE (Coord.)

ACTAS
Ciencias
Sociales



Universidad
de Cádiz

Servicio de Publicaciones

**Comunicación y migración:
ejes de desarrollo en el Estrecho**

SERIE
ACTAS

COLECCIÓN
Ciencias Sociales

Comunicación y migración: ejes de desarrollo en el Estrecho

LUCÍA BENÍTEZ EYZAGUIRRE
(Coord.)

Primera edición, 2011.

Edita: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz

C/ Doctor Marañón, 3 – 11002 Cádiz (España)

www.uca.es/publicaciones

publicaciones@uca.es

© Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz, 2011

© De cada artículo, su autor

I.S.B.N.: 978-84-694-8735-8

“Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.”




Preámbulo

Entre los meses de octubre de 2010 y marzo de 2011 las Universidades de Cádiz y Abdelmalek Essaâdi, a través del espacio de cooperación interuniversitario en el que se constituye el Aula Universitaria del Estrecho, pusieron en marcha el Campus Transfronterizo del Estrecho.

Estructurado en torno a un programa de Seminarios para el curso 2010/2011, el Campus abordó las potencialidades y retos de la Región, proponiendo vías y caminos para la conformación de proyectos de cooperación transfronteriza.

Las actividades presentadas trataron de ofrecer una aproximación transversal de profesionales y comunidad universitaria de ambas orillas a temáticas claves para el desarrollo sostenible del Estrecho de Gibraltar. Conformaron de este modo un espacio compartido de conocimiento y aprendizaje, que aglutinaron en un único Campus internacional dos universidades y tres sedes, lo que permitió afrontar las temáticas desde una visión amplia y realista, considerando toda su complejidad.

Las actas que ahora se publican forman parte del Seminario “Comunicación y Migración: Ejes de Desarrollo en el Estrecho”, celebrado en Algeciras del 4 al 6 de Octubre de 2010 y coordinado por Lucía Benítez Eyzaguirre y Saida Latmani.



Índice general

Introducción. Comunicación y movilidad en el Estrecho 11
Lucía Benítez Eyzaguirre

Comunicación y desarrollo en las orillas del Estrecho 13
Francisco Sierra Caballero

Comunicación, migraciones y desarrollo desde una perspectiva de género. 25
Lucía Benítez Eyzaguirre

Comunicación digital y modelos de ciudadanía en las orillas del Estrecho. 49
Víctor Marí Sáez y Lucía Benítez Eyzaguirre

La emigración y las redes de comunicación en Marruecos.
Un enfoque comunicativo al fenómeno de la emigración marroquí 67
Mohamed El Mouden

La migración española en el Marruecos de la época colonial. 83
Mustafá Adila

La representación televisiva de las migraciones en el Estrecho. 105
Lucía Benítez Eyzaguirre

Percepción y reconocimiento de la inmigración en la Constitución Española 127
Juan Manuel López Ulla

Los límites de la cooperación transfronteriza entre Marruecos y España.....	145
Saïda Latmani	
Potencialidades y limitaciones de la región Norte de Marruecos. El caso de Tánger	157
Abdeljalil Lohmani	
Testimonios de lenguas y culturas transfronterizas en el Estrecho.....	169
Pilar Muñoz Clares	
Vivir de Espaldas. Literatura, cine y comunicación en torno a <i>La Vida Perra de Juanita Narboni</i>	179
Eladio Mateos Miera	
Perfiles biográficos de los autores	195
Dossier fotográfico.....	201